30 de minute pentru a învăța

...Cum să faci cea mai bună impresie

I 92. 614

Eleri Sampson

BIBL. CENTR. UNIV.
„M. EMINESCU" IAŞI
I 92. 614

BCU IAŞI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Eleri Sampson

30 de minute pentru a învăța...
cum să faci cea mai bună impresie

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Redactor: Mădălina Gavrilă

Coperta a fost reprodusă după coperta originală a cărţii.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

30 Minutes... To Make the Right Impression
Copyright Eleri Sampson, 1997

ELERI SAMPSON

30 de minute pentru a învăța... cum să faci cea mai bună impresie

Traducere: FLORENTINA CRĂCIUN

135 600

041628
B.C.U. - IASI

Image

București, 1999

1.11.1999
B.C.U. „M. EMINESCU"
- IAŞI -
ale 826.916

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

ISBN: 973-99130-6-7

1

INTRODUCERE
Psihologia primei impresii

Cîndva, în timp, societatea şi-a pierdut esenţa. Am decis că felul în care arată o persoană este mai important decît cine este această persoană.

Anita Roddick, *Full voice*, 1996

Introducere

Dacă am fi trăit într-o lume diferită, oamenii ne-ar fi judecat după munca depusă, loialitatea şi efortul de care dăm dovadă. Realitatea este că oamenii care muncesc mult şi sînt supuşi nu sînt luaţi în considerare, iar aceia care au nişte relaţii sociale foarte bune sînt apreciaţi. Dacă te îmbraci adecvat vei fi remarcat şi vei fi şi mult mai apreciat. Dacă vei arăta ineficient şi prost organizat, se va crede că eşti probabil o persoană ineficientă şi prost organizată, indiferent dacă tu eşti sau nu. Relaţiile pline de succes care ţin de viaţa de afaceri şi de viaţa socială depind de felul în care ne organizăm comportamentul în situaţii diferite, cu oameni diferiţi, lăsînd impresia potrivită.

Prima impresie

Statisticile arată că nu avem la dispoziţie 30 de minute pentru a face o impresie potrivită. O impresie puternică se formează în cîteva clipe, pe cînd o părere care să dureze, bazată pe felul în care arătăm, vorbim şi ne mişcăm, se face în intervalul a 30 de secunde pînă la 4 minute. Puţini dintre noi nu au prejudecăţi iraţionale – bărbaţii cu barbă, femei în pantaloni, galezi, irlandezi etc. În viaţă toţi jucăm multe roluri. Statisticile arată că avem mai puţin de 4 minute pentru a face o impresie asupra cuiva pe care îl întîlnim pentru prima dată. Primele impresii sînt bazate pe un schimb de informaţii în care oamenii dau şi primesc amănunte importante despre ei înşişi – cine sînt şi care sînt ţelurile lor. Impactul iniţial este creat de modul în care arătăm, cum ne mişcăm, cum vorbim şi la fel de bine ceea ce spunem. Părerea noastră despre străini e dominată de ceea ce vedem, deci ne concentrăm asupra felului în care ei se îmbracă, cît de îngrijiţi sînt, asupra gesturilor şi mimicii. Apoi, ne concentrăm pe ceea ce auzim; lucruri cum ar fi tonul vocii lor, accentul şi cît de tare vorbesc. În cele din urmă, ne concentrăm asupra cuvintelor propriu-zise.

Din punct de vedere al interesului celorlalţi pentru tine, comportamentul tău este definitoriu. Cu toate că există alte lucruri care te definesc ca personalitate – gînduri, sentimente,

atitudini, motive, crezuri etc. – comportamentul tău este clar pentru toată lumea."

Dr. Peter Haney, psiholog şi specialist în „Aptitudini interactive"

Dacă ai la dispoziţie 30 de minute, există lucruri pe care le poţi face în timpul pregătirii, planificării şi concentrării care vor duce la crearea impresiei potrivite. Prelucrăm această informaţie pentru a ne pregăti să facem faţă celui pe care ni l-am imaginat a fi un anumit tip de persoană. Încercăm să interpretăm semnalele contrar cunoştinţelor noastre, experienţei şi prejudecăţilor. Întîi captăm, apoi stilizăm informaţiile primite, uneori de dragul de a o face, dar, de obicei, din motive practice. Materialul este folosit pentru a ne ajuta să definim situaţia. Ne punem întrebări cum ar fi :„Cu această persoană sînt în siguranţă sau în pericol?"; „Ce comportament trebuie să adopt?"; „La ce fel de comportament trebuie să mă aştept din partea celorlalte persoane?"

Sîntem îndreptăţiţi să credem că raţionamentele sînt făcute de-a lungul a cîtorva minute. Într-adevăr, chiar aşa este, dar unor oameni le ia mai mult decît celorlalţi pentru a descoperi calităţile şi defectele unui străin. Caracteristicile fizice cum ar fi: vîrsta, sexul şi etnia sînt transmise vizual, instantaneu, prin înălţime, greutate, culoarea tenului şi trăsăturile feţei.

Alte caracteristici, cum ar fi inteligenţa, competenţa, încrederea, clasa socială, atractivitatea, starea financiară etc. sînt observate mai tîrziu – nu întotdeauna cu exactitate. Unii oameni întîmpină greutăţi în descifrarea aluziilor non-

verbale. Unii dintre noi ne folosim intuiţia, alţii se bazează pe fapte, luîndu-le pe acestea aşa cum cred de cuviinţă, cîntărind dovezile înainte de a ajunge la o concluzie. Aceasta poate răpi mult timp, nu doar minute, ci săptămîni şi chiar luni. În multe situaţii, nu ştim cît timp le va lua altor persoane pentru a trage concluzii despre noi, deci este ca şi cum am încerca să facem o impresie bună doar pentru prima rundă.

Din interior spre exterior

Concepţia mea despre impresie este una holistică. Nu cred că modul în care arăţi şi te porţi poate fi separat de modul în care gîndeşti şi te simţi. De aceea, folosesc o concepţie din interior spre exterior. Atitudinea ta, emoţiile şi modul de gîndire îşi fac drum în exterior şi sînt emanate de comportamentul tău. Nu se poate să nu faci o impresie, oricare ar fi ea. Dacă înveţi să-ţi controlezi mesajele pe care le transmiţi, poţi în mod conştient să-ţi construieşti imaginea de sine pe care ai dori să o proiectezi. Relaţiile pline de succes în viaţa de afaceri depind de cum ne comportăm în diferite situaţii, cu oameni diferiţi.

Impresia dirijată

Cînd oamenii vizitează altă ţară, merg la prieteni sau stau cu familia, ei se acomodează în mod automat cu oamenii pe care îi au în jur. Îşi

B.C.U. „M. EMINESCU" IAȘI

modifică accentul sau vorbesc mai repede ori își însușesc stilul familiei de a prescurta cuvintele. Vorbind cu un copil ne simplificăm vocabularul. Cînd comunicăm cu o persoană surdă, articulăm cuvintele astfel ca ele să pară cît mai clare. Aceasta face parte din abilitățile oamenilor de a mînui limba. Un proces similar are loc la serviciu, unde întîlnim alți oameni și vrem să facem o impresie bună. Deoarece nu toți sîntem născuți cu abilitatea de a ne modifica comportamentul și felul de a fi pentru alți oameni atunci cînd vrem să le facem o impresie bună, ne va fi de folos să înțelegem cîteva dintre bazele psihologiei și să învățăm cîteva tehnici. Există nouă trepte pentru a face impresia pe care ne-o dorim.

1. Identifică-ți țelurile – ce dorești să obții într-o situație anume?
2. Identifică-ți auditoriul.
3. Găsește-ți instrumentele și tehnicile cele mai performante pentru a-ți atinge țelurile.
4. Fii activ, demonstrează ce fel de comportament ai.
5. Evaluează reacția auditoriului.
6. Apreciază în ce măsură rezultatele tale s-au împlinit.
7. Revizuiește-ți și reține instrumentele și tehnicile care îți sînt folositoare.
8. Revizuiește-ți și alege-ți scopurile personale.
9. Reia totul.

Jucarea unui anumit rol

Jucarea unui anumit rol este un comportament perfect firesc, deoarece în viaţa noastră toţi jucăm multe roluri. Realizăm identităţi sociale pentru a umple nevoile sociale, personale şi de afaceri. Sîntem acelaşi personaj mereu, dar trebuie să jucăm diferite roluri în modul nostru de viaţă – mamă, fiică, prieten, soţie, coleg, şef, om de afaceri, prezentator profesionist. Gîndeşte-te la un exemplu recent cînd totul s-a terminat cu bine. S-ar fi putut întîmpla la o conferinţă plictisitoare unde ai dorit să-i impresionezi pe cei prezenţi cu capacitatea ta de a fi activ şi inteligent. Poate ţi-ai planificat să vizitezi familia partenerului sau ai avut un interviu recent pentru o slujbă. Încearcă să-ţi aduci aminte ce gîndeai şi ce simţeai atunci şi vezi cît de sincer poţi să răspunzi la întrebările care urmează:

1. Ţi-ai schimbat comportamentul şi ai jucat un anumit rol?
2. În ce măsură ţi-ai modificat comportamentul?
3. De ce crezi că fost necesar?
4. Cum te-ai simţit în acele momente?
5. Cum te-ai simţit mai apoi?
6. Ai face-o din nou dacă ar trebui?
7. Ce s-ar fi întîmplat dacă nu ţi-ai fi schimbat comportamentul?

Alunecarea spre propria-ţi personalitate

Jucarea unui anumit rol sau păstrarea aparenţelor chiar şi pentru un motiv întemeiat

pot fi obositoare dacă trebuie să le folosești pentru mult timp. Deci este important să găsești un prilej în care să-ți dai jos masca și să fii tu însuți. Dacă nu ți se pare firesc să faci scurte conversații cu oameni pe care nu-i cunoști (și pe care probabil că nici nu-i placi) de ce nu-ți iei cîte un răgaz? Există mereu ocazii să devii tu însuți fie la o nuntă, fie la conferința unei companii. Hotărăște-te să-ți limitezi legăturile sociale, căci altfel vei fi obosit și iritat și vei da impresia că ești o persoană care nu știe cum să se poarte în societate.

Falsa publicitate și îmbrăcămintea

Există motive mai mult sau mai puțin întemeiate pentru a face o impresie conștient aparentă. Adoptarea unui anumit rol nu înseamnă neapărat să te implici în înșelăciune, în minciună, să exagerezi sau să tăinuiești anumite lucruri. Modul de a te îmbrăca „pentru imagine"* folosirea schimbărilor în mediul sau înfățișarea unei persoane care fac acea persoană să pară mult mai dorită – poate să fie perceput ca fiind fals, deoarece scopul acestui comportament este să „creezi impresia de prestigiu, înstărire, competență sau alte caracteristici dorite de societate. Această strategie este adesea folosită mai des cînd te-ai decis ca ceilalți să vadă ce poți tu da mai bun din tine, cînd întîlnești oameni care iau decizii, cînd faci o vînzare sau în societate, cînd, de exemplu, te întîlnești cu părinții partenerului. Este posibil să folosești

* Window dressing în engleză, n.tr.

manipularea pentru a ajunge la ceea ce dorești și pentru a ieși dintr-o problemă. Doar pentru că este posibil, asta nu înseamnă că toată lumea care urmărește în mod conștient să facă o impresie, urmărește să ne inducă în eroare. Aceasta este o interpretare simplă a unei activități umane complexe și naturale.

Trei motive pentru a face efortul

Statisticile făcute asupra unui număr mare de organizații arată că există trei factori care determină șansa cuiva de a fi acceptat.

- Felul în care acționează – 10%.
- Imaginea și stilul personal – 30%.
- Expunerea și vizibilitatea – 60%.

Dacă este adevărat că deciziile privind alegerea unei persoane susceptibile de promovare sau de ocuparea unui post de conducere sînt bazate parțial pe imagine și dacă majoritatea oamenilor din organizații muncesc din greu, atunci imaginea și vizibilitatea devin un atu și există astfel cel puțin trei motive pentru care să faci o impresie bună.

1. Puterea impactului personal

Mulți oameni bine cotați și foarte abili sînt încă necunoscuți din cauza faptului că nu știu să-și pună în valoare propria persoană și ideile lor și își subestimează puterea stilului personal de a influența aprecierea muncii lor. Calea tipică de a face carieră în ziua de azi nu înseamnă o serie de pași, recompensați de o creștere de salariu anuală. În ziua de azi este

preferabil să lucrezi în echipă sau să lucrezi la proiecte cu diferite grupuri de oameni, în momente diferite, întărind astfel nevoia de dezvoltare a îndemînării şi a impactului personal pozitiv.

2. Vizibilitatea valorează mai mult decît abilitatea

Să fii văzut de persoanele potrivite în locurile potrivite este mult mai important decît să-ţi pleci capul şi să-ţi faci treaba. Aceasta înseamnă că pentru a fi mai buni este nevoie să ne dezvoltăm abilităţile sociale. Aceasta include comunicările cu alte persoane, îndemînarea de a lucra în echipă şi de a-i influenţa pe ceilalţi – pentru a fi văzut şi remarcat şi pentru a face o impresie favorabilă zi de zi.

3. Reflecţia imaginii asociate

Oamenii creează imaginea oricărei organizaţii. Ei sînt primii cu care intrăm în contact, nu contează dacă sîntem într-un magazin, într-un spital sau într-un restaurant... nu contează dacă primul nostru contact se face la telefon, la o tejghea sau la o recepţie, aceasta este integrarea noastră în stilul lor de viaţă comun. Wally Olins, creatorul logo-ului actual al ţigărilor B.T., a spus că imaginea asociată este „filosofia companiei reflectată prin oamenii săi. Este o activitate atît internă, cît şi externă. Asta nu înseamnă să umpli locul cu camere T.V. cînd eşti în criză de bani. Noi toţi ştim felul instalaţiilor pe care se cheltuie o mulţime de bani; de la publicitate pînă la arhitectură, apoi

se angajează un recepţioner de cine ştie unde! Tu eşti mereu un ambasador pentru firma ta.

Sfaturi periculoase

„Fii tu însuţi"

Da, bineînţeles, trebuie să fii tu însuţi, dar decide-te ce rol trebuie să joci ca să fii un adevărat profesionist.

„Comportă-te firesc"

A te comporta firesc este în regulă atîta timp cît cei ce te ascultă vor ca tu să te comporţi firesc. Dacă stilul tău firesc este „eu sînt prea bun pentru acest loc", adică arogant, sau cel opus, adică retras şi nepăsător, pericolul este ca ambele stiluri să devină negative; prea multă încredere de sine poate fi înţeleasă ca o supraestimare, iar nepăsarea ca şi cînd ai fi aerian.

Tabel de verificare

Rezultate	Ce vreau să obţin într-o situaţie dată?
Auditoriul	Pe cine vreau să impresionez? Cine va fi prezent? Care este profilul celor care vor fi prezenţi?
La ce trebuie să te gîndeşti dinainte	Ce fel de plan, pregătire sau cercetare trebuie să îndeplineşti înainte?
Din punct de vedere al sentimentelor	Va trebui să fac ceva în legătură cu nivelul de încredere în mine sau cu nervii mei?

Îmbrăcămintea	Ce imagini doresc să realizez? Ce lucruri trebuie să port pentru a realiza imaginea dorită?
Vocea	Trebuie să exersez pentru a-mi însuși un anumit ton al vocii?
Limbajul corpului	Ce trebuie să transmit prin prestanța, gesturile și manierele mele?
Mesajul	Ce trebuie să spun? Știu sigur mesajul pe care trebuie să-l transmit?

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

2

CUM SĂ-ŢI FOLOSEŞTI GÎNDIREA ŞI SENTIMENTELE

Impresie – un efect produs (în special asupra minţii sau a sentimentelor).

a) A impresiona – a afecta sau a influenţa profund; arată o opinie sau o reacţie favorabilă a unei persoane.

b) un semn sau o calitate deosebită.

The Concise Oxford Dictionary, 1990

Se spune că nu vei mai avea o a doua şansă să faci prima impresie. Chiar dacă nu este în totalitate adevărat, nu este departe de realitate faptul că este foarte greu să depăşeşti o primă impresie negativă.

Să faci o bună impresie ţine poate doar de noroc, dar ai putea să-ţi măreşti şansele de reuşită luînd controlul şi producînd impresia pe care vrei să o faci.

Dacă iei decizia de a face o impresie favorabilă în majoritatea situaţiilor cotidiene, înseamnă că trebuie să te confrunţi cu decizii sociale şi intelectuale – cu ce să te îmbraci, ce să spui, cum să te porţi – la fel de bine ca şi cu stările emoţionale profunde cu care ai de-a face,

pentru a-ţi controla lipsa de încredere în tine, crizele nervoase, lipsa de încredere sau încrederea abuzivă.

Cînd este vorba despre o afacere ne urmărim unii pe alţii conştient sau inconştient şi evaluăm impactul profesional asupra persoanei cu care colaborăm.

În interior

O dată ce ai identificat situaţia ţintă, începi din interior procesul de a face o impresie bună. Lucrînd cu mintea şi inima, îţi foloseşti deopotrivă gîndirea şi simţirea pentru a identifica ceea ce vrei să obţii într-o situaţie dată, scopurile personale şi rezultatele. Trebuie să ştii care va fi auditoriul-ţintă, şi pe cine va trebuie să uimeşti. După ce vei şti ce vrei şi pe cine vrei să influenţezi, îţi vei folosi mintea pentru a te gîndi la o strategie şi pentru a decide ce fel de cercetare, ce informaţii şi metode îţi vor fi necesare. Care este reacţia ta emoţională la situaţia ce se întrevede? La ce nivel se situează încrederea şi respectul de sine? Este ceva nou pentru tine sau totul se desfăşoară după un tipar bine cunoscut?

În afară

Perioada de gîndire şi planificare este urmată de acţiuni. Aceasta înseamnă că a sosit timpul să decizi cum vei arăta, ce fel de imagine vei aborda şi cum îţi vei controla gesturile,

rezonanţa vocii şi limbajul trupului. Şi, în cele din urmă, care este mesajul pe care vrei să-l transmiţi şi cum intenţionezi să faci acest lucru. Toate elementele sînt la fel de importante, dar, după cum arată datele statistice, doar 7% din impact este creat de cuvinte în sine, aşadar nu merită să ne concentrăm asupra acestora şi să neglijăm alte aspecte.

Acestea sînt elementele de care ne vom ocupa pe larg în capitolele următoare:

- Ce gîndeşti
- Ce simţi
- Scopul tău
- Auditoriul
- Cum arăţi
- Cum te simţi
- Cum vorbeşti
- Ce vorbeşti

Acest capitol vorbeşte despre gîndire şi afectivitate – ce crezi şi ce simţi.

Ce gîndeşti

Această parte tratează puterea pe care o conferă planificarea, informarea şi autocunoaşterea. Îţi place să ai totul planificat şi să faci tot felul de liste sau preferi să iei lucrurile aşa cum sînt şi să laşi viaţa să-şi urmeze cursul? Preferi să iei lucrurile pas cu pas, să fii practic, să te bazezi de fapte sau mai degrabă ai alege să te gîndeşti la ce-ar putea fi, să faci legături şi să te bucuri de noutate? Iei deciziile fiind influenţat de raţiune sau de inimă? Nu este o chestiune de atitudine corectă sau greşită, este vorba de cîtă

liniște îți poate da alegerea ta – de ceea ce crezi tu despre lume, dar și de ceea ce gîndești despre tine.

Capacitatea ta, ca individ, de a-i observa pe ceilalți și de a te adapta la cerințele lor într-un timp foarte scurt va influența impresia lor despre tine.

Ce simți

Ești o persoană mult prea încrezătoare și ți-e teamă că într-o zi lumea va descoperi că ești un impostor? Ai simțit vreodată neîncredere sau ai avut impresia că nu mai poți să-ți controlezi viața? Chiar și oamenii de succes vor mărturisi că se tem că într-o zi totul se va nărui și egourile lor neîncrezătoare și incompetente vor ieși la iveală.

Dacă avem respect pentru propria persoană înseamnă că am învățat deja să nu ne mai temem în permanență că vom fi descoperiți și să ne simțim confortabil în propria noastră piele. Respectul de sine se construiește pe:

- Dreptul de a fi tu însuți;
- Respectul față de talentele și realizările tale;
- Canalizarea energiei pe drumul cel mai bun;
- Organizarea cu folos a timpului făcînd ceea ce vrei, nu ceea ce ești obligat să faci.

Dacă nu te apreciezi singur, acest lucru se va observa, fără îndoială, prin modul în care arăți, te miști sau prin tonul vocii tale. Dacă te

respecţi şi nu ai conflicte interioare înseamnă că eşti persoana cel mai puţin afectată, cea care are cel mai puţin nevoie de ajutorul celorlalţi şi, ca rezultat, vei lăsa o impresie pozitivă. Îţi imaginezi cum arăţi cînd încrederea în sine atinge cote minime? Cînd eşti supus presiunii? Cînd lucrurile nu merg aşa cum ar trebui? Cînd eşti furios şi trist? Poate te încrunţi, mişcările corpului îţi sînt agitate, respiri prea repede, nu mai asculţi, devii sarcastic, te concentrezi asupra problemei şi nu a soluţiei, eşti complet rupt de realitate sau te retragi. Orice pas ai face pentru a-ţi spori autocunoaşterea va trebui plătit.

Nu poţi să-ţi ascunzi neglijenţa. Dacă nu ai avut grijă îndeajuns de mintea, de spiritul şi de sufletul tău, ceilalţi vor crede că nu te-ai ocupat îndeajuns de propriul tău corp. Autoeducarea naşte încredere în sine, dar această încredere uneori pare a fi construită pe nisipuri mişcătoare. O remarcă la întîmplare, o prezentare mai puţin reuşită sau o zi proastă pot să-ţi alunge imediat încrederea.

- Poţi să-ţi identifici „atuurile", lucrurile care te fac să ai încredere în tine?
- Poţi să-ţi identifici „defectele", lucrurile care-ţi subminează încrederea în sine?
- Poţi să identifici moneda de care vei avea nevoie pentru a-ţi cumpăra „încrederea"?

Oricît ţi-ar lua din punct de vedere al timpului, al relaţiilor cu cei din jur, al banilor şi al efortului pentru a-ţi construi încrederea în situaţii deosebite – dacă ai nevoie de ea, însuşeşte-ţi-o, indiferent cît te-ar costa!

Să facem faţă nervilor – acceptare şi salvare

Cînd te enervezi, creierul trimite semnale corpului, spunînd: „Nu pot să fac asta...", „Mă voi face de rîs...", „Mi-e foarte frică". Dacă se întîmplă să faci o criză de nervi cu prilejul unei ocazii deosebite, fii mulţumit şi data viitoare cînd se va întîmpla, foloseşte prilejul pentru a recunoaşte simptomele. Ce a făcut creierul? Cum a reacţionat corpul? Cum te-ai simţit? O dată ce le-ai recunoscut, poţi să înveţi să-ţi construieşti un mecanism de refacere. Dacă vrei să laşi o impresie plăcută, secretul se află în pregătirea corespunzătoare şi adecvată a situaţiei.

Vei şti că ai reuşit cînd nu va mai exista nici o dilemă între ceea ce crezi că eşti şi ceea ce pari a fi.

SITUAŢII

Interviurile

Întrebările clasice ale interviului.

Un lucru care vă va face să înţelegeţi perfect această situaţie este acela că răspunsurile exacte de aici nu se aseamănă cu cele de la un examen de istorie. Se vor da răspunsuri potrivite care-i permit celui care te intervievează să cunoască persoana cu care are de-a face. Ar fi bine să repetăm răspunsurile la întrebările

previzibile şi care se pot referi la abilitatea tehnică, capacitatea de a comunica, ultimele cunoştinţe dobîndite şi experienţa anterioară, sau va trebui să ţii piept întrebărilor ce vor fi formulate pentru a-ţi evalua nivelul de autocunoaştere, pentru a-ţi afla punctele de vedere cu privire la problemele cotidiene sau pentru a-ţi testa felul în care îţi organizezi ideile:

1. De ce tu? Dacă te-am alege pe tine pentru a ocupa postul, care ar fi cele trei lucruri prin care ţi-ai aduce contribuţia?
2. De ce noi? Ce ţi se pare interesant la acest post?
3. De ce acum? Se potriveşte acest post cu planurile tale de viitor privind cariera? Care ar fi punctele comune ale planurilor pe care ţi le-ai făcut şi dezvoltarea strategică a acestei organizaţii?
4. Vorbeşte-ne despre o confruntare deosebită la care ai luat parte anul acesta şi despre rezultatele pe care le-ai obţinut.
5. Ce tip de conducere te face să oferi ce ai mai bun?
6. Ce lucruri te deranjează?
7. Dacă te vom numi în acest post, în cît timp crezi că vei fi eficient?
8. Cum se împacă serviciul cu celelalte aspecte ale vieţii tale, cum ar fi familia?
9. Există vreo zicală care se potriveşte cu filosofia ta de viaţă?
10. Dacă ai avea trei dorinţe legate de viitorul acestei industrii sau profesii, care ar fi acestea?

Pentru a face o impresie bună trebuie să-ţi doreşti cu adevărat slujba – nu doar să doreşti să capeţi experienţă.

Şedinţele

Şedinţele pot fi o oglindă a stilului tău profesional. Ele îţi oferă totodată posibilitatea de a-ţi exersa capacitatea de comunicare, sînt un mod de a ieşi în evidenţă şi un prilej pentru cei din jur de a reflecta asupra stilului tău. Dacă înveţi să te gîndeşti strategic la aceste şedinţe, le poţi folosi pentru a-ţi dezvolta capacitatea de comunicare, pentru a-ţi prezenta ideile, pentru a influenţa şi a conduce oamenii. Controlează-ţi aportul. Controlează-ţi sentimentele. Planifică ce vrei să spui şi nu te lăsa intimidat de colaboratorii zgomotoşi, agresivi şi versaţi.

Prima confruntare

Organizarea defectuoasă poate face ca întîlnirea să depăşească timpul propus, problemele să rămînă nerezolvate, să se neglijeze luarea deciziilor importante, să-i facă pe oameni să creadă că efortul lor nu a fost răsplătit şi să-i lase pe cei care participă la şedinţe să se insulte unii pe alţii.

1. Şedinţa să se desfăşoare cu un scop precis.
2. Să fii persoana cea mai bine pregătită şi cea mai informată din grup. Nu poţi conduce o şedinţă cu succes, luîndu-ţi în acelaşi timp şi

notiţe. Alege-ţi un voluntar care să facă acest lucru pentru tine.
3. Nu-ţi programa şedinţe decît dacă este nevoie. Şedinţele regulate nu-şi au rostul decît dacă apar noutăţi importante în mod regulat şi dacă trebuie luate decizii care nu pot fi amînate.
4. Limitează numărul şedinţelor.
5. Comunică obiectivele, modul de desfăşurare şi ora.
6. Încurajează participarea.
7. Menţine pe cît posibil paşii propuşi pentru şedinţă şi păstrează detaliile pentru munca în echipă.
8. Fă o scurtă prezentare a problemelor sau a vorbitorilor necunoscuţi grupului.
9. Fă un rezumat la sfîrşitul fiecărui punct. Hotărăşte cine va prelua sarcina.
10. Nu accepta nici o replică. Dacă cineva a lipsit la ultima sau la ultimele întîlniri şi vrea să readucă în discuţie un anumit subiect, fii ferm şi nu-i permite.
11. Vorbeşte cu oameni în pauzele dintre întîlniri. Construieşte-ţi legături.

PREZENTĂRI

Pregăteşte-ţi materialul

Nu contează dacă ai la dispoziţie 30 de secunde sau 30 de minute, nu vei face o impresie bună cu materialul tău decît dacă te-ai pregătit în prealabil. Chiar şi vorbitorii foarte experimentaţi îţi voi spune că au avut un plan şi nu contează că acesta a fost făcut la

repezeală. Dacă nu l-ai scris, atunci vei uita gîndurile şi ideile care ţi-au trecut prin minte cu cîteva zile înaintea prezentării. Oratorii de succes fac ca totul să pară uşor; acesta este farmecul lor.

Obişnuieşte-te cu ideea

Intră în atmosfera specifică unei prezentări înainte ca aceasta să aibă loc. Nu-ţi aranja hainele în maşină sau de-abia cînd ajungi în vestibul. Foloseşte-te de toţi cei pe care îi întîlneşti pentru a-ţi perfecţiona imaginea pe care vrei s-o prezinţi şi care face dovada profesionalismului tău – în metrou, în maşină, în parcare, la recepţii, în lift – limbajul corpului tău va emite semnale peste tot.

Plan pentru a face o prezentare la 10 minute

Răspunde la aceste întrebări cheie chiar înainte de a începe să ai în vedere conţinutul prezentării.

- Ştiu sigur ce vreau obţin din această situaţie?
- Mi-am identificat auditoriul – cine va fi acolo, care sînt aşteptările lor?
- Cît timp am la dispoziţie?
- Unde va avea loc?
- Care este subiectul exact?

Concentrează-te asupra acelui 93% care creează impactul iniţial; treci încă o dată peste ceea ce trebuie să susţii, adoptă o atitudine potrivită şi controlează-ţi nervii. Apoi canalizează-ţi energia mentală asupra conţinutului. Aceasta nu este o pledare pentru stilul în defavoarea conţinutului, este doar un plan practic pentru a

transmite informaţia importantă, reţinînd interesul şi respectul cît mai multor oameni în timpul prezentării. Acest plan se bazează pe un timp standard de 10 minute. Într-o prezentare scurtă care durează nu mai mult de douăzeci de minute, fiecare secundă contează. Poate să-ţi ia uneori şi zece minute să le comunici celor prezenţi despre ce vei vorbi dacă nu eşti organizat şi dacă nu ai un plan. Pentru ca prezentarea să fie cît mai interesantă pentru toţi cei prezenţi, încearcă să adopţi căi cît mai diferite pentru a-ţi pune în evidenţă materialul. Fiecare subiect şi subpunct dezbătut trebuie să fie abordat diferit pentru a crea un efect maxim. Foloseşte un amestec de povestiri, anecdote, date, tabele, fotografii, ilustraţii, citate din ziare, cercetări ştiinţifice etc. Inspiră-te dintr-o varietate de domenii cum ar fi: istoria, geografia, literatura, politica, sportul şi divertismentul.

BCU IASI / CENTRAL

3

AUDITORIUL ŞI REZULTATELE

Cine va fi de faţă şi ce vrei să obţii din situaţia respectivă

Este mult mai uşor să faci o impresie bună cînd eşti sigur de ceea ce vrei să obţii din situaţia respectivă. Acest capitol te va ajuta să-ţi identifici ţelurile şi natura auditoriului tău. Timpul petrecut pentru a-ţi clarifica rezultatele şi aşteptările nu este niciodată risipit. Procesul va fi mult mai dinamic şi mai interesant dacă veţi combina fantezia cu realitatea, dacă aveţi o imaginaţie bogată, dacă sînteţi deschis unor lucruri neobişnuite şi dacă, în sfîrşit, aveţi cîte ceva din calităţile unui oportunist.

Ţelul tău

Ţelul tău este atins în întregime dacă îndeplineşti şase criterii:

1. Bazează-te pe detaliu mai degrabă decît pe generalităţi – mai multe ţeluri minore sînt mai uşor de atins decît unul mai mare: „Mi-ar plă-

cea să fiu cunoscut de Preşedinte şi de Secretarul Organizaţiei, apoi să intru în Comitet la Squash Club, apoi să fiu ofiţer de presă" merge mai bine decît: „vreau să fiu faimos".

2. Să fie real.
3. Să fie relevant – viaţa îşi urmează firul, moda se schimbă aşa cum se schimbă realităţile personale şi profesionale.
4. Acţiunea trebuie să aibă un scop.
5. Planul trebuie să aibă o dată limită.
6. Controlul depinde de tine şi mai puţin de factori externi.

Nu este întotdeauna uşor să ştii cu certitudine ce ţeluri ai. Este util să analizezi situaţia şi să-ţi pui cîteva întrebări cheie. Nu toate întrebările vor fi relevante în orice situaţie şi s-ar putea să fie nevoie de cîteva încercări pentru a ajunge la răspunsurile potrivite.

- Care este motivul pentru care fac acest lucru?
- Ce vreau să obţin?
- Ce m-ar putea împiedica să fac acest lucru?
- Ce va trebui să fac ca să realizez acest lucru?
- La cine trebuie să apelez pentru ajutor?
- De ce resurse voi avea nevoie?
- Cine mă poate împiedica să realizez ceea ce doresc?
- Care sînt piedicile şi obstacolele peste care trebuie să trec?
- Mi-am ales instrumentul potrivit pentru a-mi atinge ţelul?
- Mi-am ales auditoriul potrivit pentru a-mi atinge ţelul?

Toate întrebările sînt importante, dar ne vom concentra asupra primelor trei:

De ce fac acest lucru?

Există de obicei un motiv simplu pentru care te prezinţi în faţa unor oameni. Alege unul sau mai multe motive:

• Pentru că asta trebuie să fac.

„O mare parte din munca mea este să prezint noi rezultate financiare Serviciului de Protecţia Consumatorului."

• Pentru a mă face cunoscut.

„Oameni care încearcă să se sustragă prezentărilor echipei sînt dezagreabili. Eu îmi voi da silinţa să particip."

• Pentru a-mi spori credibilitatea.

„Acum că am şi MBA-ul, aş vrea să le dovedesc colegilor şi şefului noile mele posibilităţi."

• Pentru a influenţa anumite persoane.

„Vreau să arăt celor care aleg echipa pentru noul proiect că eu sînt potrivit pentru slujbă."

• Pentru a demonstra ceva.

„Întotdeauna am fost de părere că poţi face ca finanţele să atragă atenţia directorilor aflaţi în afara sferei financiare. Le voi dovedi acest lucru în prezentarea oferită lor şi întregii echipe de finanţe."

• Vreau să fac ceea ce trebuie.

„Aş dori să-mi ating scopul cu ajutorul discursului meu: să nu fie plictisitor pentru prietenii mei şi nici prea vioi pentru cei în vîrstă."

• Va fi avantajos din punct de vedere profesional.

„Mi-aș dori ca lucrarea mea de cercetare să fie acceptată de următoarea conferință academică, astfel încît să fiu văzut ca un om care are contribuții serioase în domeniu."

Ce vreau să realizez prin acest lucru?

- Să-mi păstrez respectul de sine intact.
- Să fiu promovat.
- Să obțin o slujbă.
- Să fiu văzut făcînd ceea ce trebuie.
- Să-mi construiesc încrederea în mine.
- Să-mi testez abilitățile.
- Să exersez.
- Să ies mai mult în evidență.
- Mă fac văzut mai des.
- Să fiu cunoscut mai bine în cadrul profesiei mele.

Ce mă poate împiedica?

Este normal să-ți fie frică sau să fii nervos cînd te afli pe un teritoriu străin, toți sîntem așa. Cînd lucrezi ți se trezesc puternice instincte de conservare, dar dacă nu riști puțin, dacă nu greșești și nu înveți din greșelile respective nu vei avea pe ce să-ți clădești viitorul.

Frica

- Frica din cauză că vei da greș – frica de succes.
- Frica de a începe ceva – frică de a sfîrși ceva.

Amînarea

- O să fac asta cînd...
- ... o să fiu mai viclean.
- ... o să adun mai multe informaţii.
- ... o să mă simt mai puternic.
- ... o să redecorez bucătăria.

Întoarce-te şi răspunde la celelalte întrebări cînd o să ai timp.

Cu cît sînt mai clare obiectivele, cu atît îţi va fi mai uşor să profiţi de orice început sau să recunoşti o ocazie cînd se iveşte.

Auditoriul

Cînd vorbesc despre „auditoriu" mă refer la toată lumea pe care vrei s-o impresionezi, la cei ce îţi vor recepta gîndurile, sentimentele, imaginea ta, modul de a te comporta şi de a comunica. Nu poţi face o impresie bună cuiva dacă eşti prea înspăimîntat că te afli faţă în faţă cu un auditoriu. Acesta devine mai puţin înspăimîntător dacă cunoşti cîte ceva despre el. Nu contează dacă auditoriul tău e format dintr-o persoană, douăzeci sau mii de oameni, trebuie să schiţezi profilul lor astfel încît să fii pe măsura aşteptărilor lor.

Profilul auditoriului

Schiţează profilul audienţei adunînd informaţii despre numărul celor care participă, cine participă, cunoştinţele mai importante şi încli-

naţiile lor. Poţi folosi această informaţie pentru a evalua situaţia.

O cale este să lucrezi cu ajutorul listelor de trăsături diferite:

Ostil
Cei care iau decizii
Cei care o fac pentru a se distra
Cei care au în vedere numai relaţiile sociale
Toţi sînt specialişti
Toţi se cunosc între ei
Persoanele importante
Persoanele mai puţin importante şi prietenoase

Prietenos
Cei care caută informaţii
Cei care ştiu să-şi vîndă marfa
Cei care au în vedere doar afacerile
Toţi au cunoştinţe generale
Persoane străine mai puţin importante
Importanţi şi reci

Sau poţi să începi să construieşti un profil punînd următorul gen de întrebări:

- Cine va fi acolo, numele lor şi amănunte despre slujba lor?
- Cîte persoane vor fi acolo?
- Care este media de vîrsta?
- Vor fi acolo şi bărbaţi şi femei?
- Va fi un grup eterogen sau variat?
- Ce vechime au în muncă?
- La ce se aşteaptă ei?
- Ce cunoştinţe de specialitate au?
- Vor să se afle acolo?

- Au prejudecăţi?
- Au opinii politice sau religioase?
- De ce ar vrea să mă asculte pe mine?
- Sînt persoane ca şi mine sau nu?

Cînd ai puţin timp la îndemînă, studiază profilul auditoriului şi verifică trei puncte care vor fi şi cele mai semnificative, apoi construieşte-ţi prezentarea în jurul acestora. De exemplu:

- Dacă sînt specialişti din acelaşi domeniu ca şi tine – concentrează-te pentru a-ţi expune opinii clare, pentru a avea un atu, informaţii noi, fapte surprinzătoare, fii gata să-i flatezi şi să le ceri opinia.
- Dacă este un grup mai mare de oameni care nu se cunosc între ei, spune-le o anecdotă, încearcă să ai vederi mai largi, include în discuţie şi auditoriul punînd întrebări retorice sau căutînd probleme imaginare pe care să le rezolve ei.

- Învaţă-te să ai un stil flexibil şi fii conştient de nevoia de a te adapta la diferite tipuri de auditoriu.
- Învaţă să nu fi dezamăgit cînd auditoriul nu este prea încîntat de stilul tău, chiar şi atunci cînd conţinutul şi prezentarea tehnică sînt perfecte.
- Oricare ar fi subiectul, fă tot ce poţi ca acesta să pară interesant – oamenilor le plac glumele şi pozele tot atît de mult pe cît le plac şi datele precise.

Gîndeşte-te la relaţia dintre imaginea pe care o promovezi şi auditoriu. Imaginea ta capătă consistenţă numai cînd există un auditoriu căruia să-i răspundă, chiar dacă acesta este format doar dintr-o persoană. Din punct de vedere al termenilor de marketing, posibilul tău auditoriu este vast – toţi cei ce lucrează în domeniu. Dacă vrei să creezi o impresie bună trebuie să-ţi supraveghezi în mod constant imaginea.

Auditoriul intern şi cel extern

De obicei trebuie să avem în vedere atît un auditoriu intern, cît şi unul extern. Auditoriul intern este vocea ta din interior. Poate fi chiar eu-l tău profesional care vrea să fie la înălţime sau poate fi vechi mentor care nu aştepta la prea multe de tine cînd erai elev. Auditoriu extern poate fi ori o singură persoană, şeful tău, de exemplu, la o întîlnire de evaluare, ori mai multe sute de persoane la prima ta prezentare în cadrul unei conferinţe.

Clienţii dificili

Care este motivul pentru care unii oameni din auditoriu trebuie să te facă să te simţi prost. Este ca şi cum ei au fost genetic programaţi să pună cea mai ciudată întrebare, să te privească ca şi cum nu sînt de acord, să te întrerupă, să fie sarcastici sau să-ţi submineze eforturile. Poate că sînt plictisiţi, poate că doresc să fie în atenţia tuturor făcînd caz de propriile cunoştinţe şi îndemînări, poate că doresc să te

informeze asupra unui lucru, sau pun întrebări care nu au legătură cu subiectul în discuţie sau vor să ai în vedere numai propriile lor interese. Pentru a face o impresie bună te pot ajuta următoarele tactici de a trata cu ei:

- Nu riposta
- Nu-i contrazice
- Fii politicos
- Nu intra în panică
- Roagă-i să repete întrebarea/critica/sau ce au avut de obiectat
- Nu face o promisiune pe care nu o poţi ţine doar ca să scapi cu bine dintr-o situaţie neplăcută.

Dacă lucrurile nu merg aşa cum trebuie, gîndeşte-te dacă nu cumva eşti tu cel care are o problemă.

Situaţii

Un nou serviciu

Douăzeci şi una de impresii negative

Dacă uiţi să ai în vedere reacţia auditoriului şi nu doreşti să-ţi modifici comportamentul, poţi avea în vedere această listă de greşeli.

- Fumatul în zone interzise.
- Guma de mestecat (oricînd cu excepţia clipelor cînd eşti singur) te face să pari neatent şi stupid.
- Ronţăitul la birou – să bei în continuu băuturi acidulate, să ronţăi tot timpul mîncăruri crocante, biscuiţi sau dulciuri.

- Să te bazezi pe slogane „amuzante" cum ar fi – „Nu trebuie să fii încîntat că lucrezi aici – dar asta te poate ajuta!"
- Să-ţi iei micul dejun la birou sau în timpul unei şedinţe.
- Să laşi uitate pe birou căni de cafea, cutii sau conserve.
- Să întîrzii.
- Să citeşti la birou materiale care nu au legătură cu munca ta cum ar fi un roman, o revistă sau un ziar.
- Genţile sport.
- Sacoşele din plastic.
- Jucăriile preferate.
- Căscatul.
- Să te vaieţi tot timpul.
- Să strigi sau să rîzi foarte tare.
- Să te plîngi de mahmureală.
- Un birou foarte ordonat.
- Un birou foarte dezordonat.
- Prea multe fotografii de familie, poze sau ilustrate care să-ţi ocupe biroul sau zona în care lucrezi.
- Să aduci fotografii cu fotomodele sau să agăţi pe pereţi poze cu nuduri.
- Să ţii ocupată linia telefonică sau faxul pentru convorbiri particulare.
- Să nu spui „bună-ziua" cînd ajungi dimineaţa la serviciu.
- Să refuzi să transmiţi mesaje celor care nu sînt la birou.

Prezentările

În 30 de minute poţi face două lucruri prin care să-ţi faci o prezentare deosebită care să te ajute să faci o impresie bună:

1. Fii clar în legătură cu ce vrei să obţii într-o situaţie dată şi fii la fel de sigur despre aşteptările pe care le are audienţa.

Gîndeşte-te care va fi auditoriul tău şi pe cine va trebui să impresionezi mai întîi. Ce efect vrei să ai asupra lor? Ce efect vrei să obţii?

- Să-i educi
- Să-i informezi
- Să-i distrezi
- Să-i convingi
- Să-i şochezi
- Să-i sperii
- Să le vinzi un produs.

O dată ce lămureşti acest lucru înseamnă că poţi trece mai departe la alte decizii privind stilul şi conţinutul. Am întrebat o dată o clientă ce înţelege ea printr-o prezentare profesionistă. Mi-a răspuns: „O prezentare profesionistă este aceea în care prezentatorul este bine îmbrăcat şi bine pregătit; cunoaşte materialul, este entuziasmat. Face un rezumat deosebit pe care-l comunică auditoriului, începe şi sfîrşeşte la timp!"

2. Personalizează-ţi prezentările apelînd la auditoriul prezent

- Chiar dacă este acelaşi material pentru auditoriu diferit în locuri diferite, rezistă tentaţiei de a prezenta aceleaşi lucruri care

vor părea reci şi lipsite de sinceritate. Este evident că nu spui următoarele fraze dacă nu le crezi cu adevărat: „Am amintiri plăcute de cînd am fost ultima oară la Oxford"; „Este o plăcere să mă reîntorc în Manchester, pot fi întotdeauna sigur că voi avea o primire călduroasă".

- Adu-ţi aminte de elementul CMAA (ce mă aşteaptă acolo). Cu cît le vei explica mai repede de ce ar trebui să te asculte şi de ce este prezentarea importantă pentru ei, cu atît te vor asculta mai atent.
- Oricare ar fi subiectul, acordă-i auditoriului ceea ce-şi doreşte. Include una sau două motivaţii cum ar fi: aprobarea unanimă, securitatea financiară, posibilitatea de a fi cel mai bun, de a fi primul, aceea de a fi creativ şi de a li se recunoaşte eforturile; posibilitatea de a îndeplini ceva de lungă durată şi de a avea control mai mult asupra propriului destin. Este nevoie de puţin talent şi de puţin mai multă imaginaţie pentru a împleti motivaţii de viaţă într-o prezentare numită „Procesul de afaceri în construcţii – drumul spre viitor", dar cu siguranţă că va merita efortul.

BCU IAŞI

4

CUM ARĂŢI
Limbajul trupului şi al hainelor

Hainele îţi reprezintă felul de a gîndi

James Laver

Comunicarea non-verbală este o formă foarte importantă a comportamentului şi acţionează ca un filtru pentru emoţiile şi percepţiile altor oameni. Limbajul trupului şi al hainelor trezeşte în noi un nivel instinctiv care nu necesită un efort deosebit de vorbire şi gîndire.

Limbajul trupului

Poţi transmite un mesaj cu ajutorul corpului tău prin felul în care te mişti, te aşezi, te ridici sau mergi, înainte de a spune vreun cuvînt. Există o varietate de limbaje ale trupului, de la cele neoficiale la cele formale. Cel mai eficace mod de comunicare este acela de a părea relaxat, dar alertat totodată – vei demonstra

încredere şi control. Dacă eşti prea relaxat, oamenii vor crede că nu îţi pasă de ei, ci numai de tine. Dacă trupul îţi este rigid şi nemişcat, comunicarea va fi ostilă şi nesigură. Pentru a face o impresie bună trebuie să ţii cont de următoarele aspecte ale comportamentului nonverbal:

- Contactul vizual – capacitatea de a produce şi de a menţine contactul vizual dă dovadă de încredere; dacă priveşti în jos înseamnă că eşti supus sau vrei să flirtezi, depinde de context.
- Zîmbetul – contactul vizual şi zîmbetul se întîlnesc în majoritatea situaţiilor, dar sînt şi cele mai importante. Un zîmbet poate emana căldură, poate demonstra încredere şi poate stabili legături. Un zîmbet nepotrivit poate transmite, de asemenea, un mesaj confuz atunci cînd este combinat cu un ton mînios sau cînd sperăm să fim luaţi în serios. Dacă zîmbim într-un moment inoportun, aceasta se poate interpreta ca fiind slăbiciune, lipsă de afirmare sau flirt.
- Privitul de sus – dacă obişnuieşti să-ţi capul dat pe spate cînd priveşti o persoană, va părea că te consideri superior. Unii oamenii care poartă ochelari fac acest lucru. Dacă nu vezi fără ei, vei produce o impresie mai bună dacă ţi-i dai jos cînd le vorbeşti celorlalţi.
- Atitudinea – felul în care te aşezi, te ridici şi mergi poate face să pari încrezător, speriat, timid, sau morocănos. Un comportament încrezător se recunoaşte la persoanele care „merg cu fruntea sus".

- Gestul – gesturile pot aduce căldură într-un stil rigid de comunicare. Unele civilizaţii folosesc mai mult decît celelalte gesturi şi mişcările mîinilor. Să presupunem că toţi membrii familiei tale gesticulează cînd comunică cu ceilalţi; atunci cineva care nu foloseşte acest tip de limbaj îţi va părea rece şi introvertit. Gesturile pot fi folosite în două feluri:
  - pentru a sublinia – gesturile pot accentua un anumit lucru la fel cum se întîmplă şi în tipărire – subliniere, **îngroşare**, *litere cursive*.
  - pentru a descrie – pentru a arăta lungimea, lăţimea, înălţime sau greutatea unui obiect sau ale unei persoane
  - **Gesturi conştiente şi inconştiente**

  Gesturile cum ar fi făcutul cu mîna, un sărut în vînt sau folosirea semnelor nepoliticoase sînt acţiuni conştiente. Auzul, tuşitul sau creşterea părului se fac inconştient şi le putem controla foarte puţin. Aceste gesturi sînt considerate o ieşire negativă şi se spune că ele spun adevărul atunci cînd cuvintele pe care le spunem sînt minciuni.
- Expresia feţei – chipul tău are abilitatea de a reproduce toate emoţiile primare – frica, mînia, bucuria, surpriza şi aşa mai departe. Unii oameni au o expresivitate a feţei uluitoare, în timp ce alţii par să poarte o mască. Cunoşti felul în care figura ta exprimă emoţia?
- Ridicatul sprîncenei – dacă ridici sprîncenele pentru o clipă atunci cînd întîlneşti o persoană, aceasta este o dovadă de prietenie.

- A da din cap – dacă faci acest gest cînd o persoană îţi vorbeşte, aceasta poate interpreta că eşti de acord cu ea, dar în realitate gestul înseamnă: „Continuă, încă te ascult".
- Teritoriul şi poziţionarea – ideea de a avea un spaţiu personal este foarte importantă pentru noi. Ne dăm seama că există o zonă de apărare invizibilă sau un spaţiu personal care ne înconjoară şi nu ne simţim în largul nostru atunci cînd o altă persoană ne invadează teritoriul. Există diferenţe de temperament şi de cultură în ceea ce priveşte dimensiunea spaţiului pe care preferăm să-l punem între noi şi ceilalţi. La unele civilizaţii este normal să stai cît mai aproape de o persoană, s-o îmbrăţişezi sau să o atingi. Tendinţa britanică în domeniul afacerilor este de a-i ţine pe ceilalţi cît mai departe posibil.
- Atingerea – oamenii care au un stil de comunicare „călduros", se înclină tot timpul către tine şi îţi ating mîna sau coapsa, lucru care într-un context profesional pare un flirt, politeţe arogantă sau o manifestare de prietenie nepotrivită. În cercurile de afaceri atingerea se limitează la o strîngere de mînă.

Limbajul trupului este o stradă cu două sensuri. Ne spune felul în care te simţi şi ceea ce gîndeşti despre tine, ceea ce simţi şi crezi despre cei din jur.

Limbajul hainelor

Într-adevăr contează felul în care arăţi. Oamenii cu care am vorbit despre imagine şi îmbrăcăminte au mărturisit deseori că nu sînt siguri în ceea ce priveşte felul în care ar trebui să prezinte în faţa unui posibil public. Fie că se gîndesc la auditoriul cu care au de-a face zilnic şi care este format din colegii de serviciu ori au în vedere o prezentare publică la standarde ridicate, ei sînt confuzi şi nesiguri în legătură cu opţiunile pe care trebuie să le facă dintr-un şir de posibilităţi în continuă creştere. Aceasta este o problemă spinoasă în special pentru femeile care deja se confruntă cu prejudecăţi şi nu vor să pară nesofisticate şi nepăsătoare făcînd alegerea greşită. Cercetările întreprinse de publicaţia „The Independent" arătau că 80% din oamenii intervievaţi credeau că femeile care nu poartă taioare sînt secretare.

Interferenţe

Felul în care ne îmbrăcăm este o formă de comunicare ce transmite şi primeşte informaţii şi uneori suferă de o „linie neinspirată". Iată cîteva exemple clasice de interferenţe:

- Experienţele din trecut: mama ta purta mereu o eşarfă de mătase la gulerul hainei, aşadar toate femeile care vor purta o eşarfă în felul acesta vor avea poate şaizeci de ani ca şi ea.
- Factorii sociali: dacă eşti îmbrăcat din cap pînă în picioare în negru la o cununie

religioasă tradiţională din Marea Britanie, nu vei fi admirat, oricît de încîntător ai arăta.

- Diferenţele culturale: rochiile purtate de fetiţele catolice de pe continent la prima comuniune păreau împopoţonate pentru bisericile care nu prea aveau contact cu lumea modernă.
- Nebunia dragostei: dacă eşti îndrăgostit, atunci cel pe care îl iubeşti îţi va părea frumos şi în nişte haine ieftine.
- Indiferenţa: dacă încetezi să mai iubeşti pe cineva, acea persoană va deveni invizibilă pentru tine, deci felul cum arată nu va mai prezenta nici o importanţă.

Plăcutul este atras de plăcut

Imaginea promovată de o persoană bine îmbrăcată ne transmite un mesaj înainte ca orice cuvînt să fie spus. Cînd întîlnim o persoană care este îmbrăcată într-un mod asemănător cu al nostru, deducem că adoptă atitudini similare, are aceleaşi crezuri şi valori ca şi noi. Încearcă acest experiment. Data viitoare cînd vei fi însoţit de un grup de străini, de exemplu la un curs de pregătire în străinătate şi găseşti o persoană cu care te înţelegi mai bine decît cu ceilalţi, adoptă o atitudine critică asupra felului în care se îmbracă ceilalţi. Cît de mult se apropie părerile noastre? Nu trebuie să alegeţi neapărat aceeaşi îmbrăcăminte, dar oricum un „look" apropiat. Oamenii care se înţeleg bine împărtăşesc mai mereu acelaşi fel de a-şi crea o

imagine împreună. Dacă, într-adevăr, plăcutul este atras de plăcut, atunci veţi alege să faceţi afaceri împreună.

În zilele noastre, hainele bărbaţilor au devenit mai colorate, iar toaletele femeilor de afaceri sînt mai puţin sobre şi sunt croite fără pretenţii. Chiar şi aşa, în afaceri, în special în ramurile tradiţionale ale comerţului, finanţe sau producţie, oamenii pot fi suspicioşi atunci cînd te îmbraci mai neobişnuit. Se creează o barieră care o poate face pe cealaltă persoană mai puţin receptivă la spusele tale. De exemplu, dacă ajungi la o şedinţă de afaceri purtînd o cămaşă hawaiană şi pantaloni scurţi în timp ce toţi sînt îmbrăcaţi adecvat mediului în care lucrează, vei putea produce diferite impresii cum ar fi:

- tocmai te-ai întors din vacanţă şi bagajul tău este încă în Hawaii;
- îţi expui, ca de obicei, personalitatea non-conformistă prin culori strălucitoare şi stilul degajat;
- în program s-a pus accentul pe faptul că întîlnirea va fi neoficială.

„Haina îl face pe om"

Nu pare logic să facem o legătură între felul în care arătăm şi ceea ce sîntem, dar, cu toate acestea, toţi procedăm aşa. Ce impresie vrei să produci? Există vreo diferenţă între viziunea ta şi realitate? Începe din nou pornind din interior şi ai în vedere atitudinea ta cu privire la

îmbrăcăminte şi imagine. În ce stil de îmbrăcăminte te-ai încadra:

expresiv <-> neutru <-> funcţional

- expresiv: îţi plac hainele şi le foloseşti pentru a-ţi expune starea de spirit şi sentimentele; consideri că hainele sînt o formă de artă;
- neutru: pur şi simplu nu ţii seama de regulile impuse de societate, te îmbraci după cum îţi permite bugetul, în nici un caz rafinat şi scump;
- funcţional: alegi hainele care se potrivesc cu ceea ce faci; astfel, activitatea ţi-ar putea aduce sau nu satisfacţie.

Ce fel de imagine vrei să proiectezi?

Am cere prea mult dacă am pretinde ca aceeaşi îmbrăcăminte, coafură şi accesorii să producă diferite imagini în funcţie de situaţie. Deci este necesar să-ţi faci o garderobă de afaceri cît mai adaptabilă. De exemplu, un sacou crem, cambrat, purtat cu o fustă bleumarin şi un şirag de perle poate demonstra că eşti o persoană conservatoare, dar practică, în cazul unui interviu. Dacă potriveşti acelaşi taior cu nişte pantaloni crem, pantofi cu cataramă şi un colier la modă, îţi vei crea un „look" modern potrivit unei licitaţii.

Îmbrăcămintea ideală

Cea mai de succes îmbrăcăminte care se potrivește pentru orice ocazie: întîlniri de afaceri sau în societate, oficiale sau de zi cu zi, va reproduce totodată și imaginea pe care ți-o dorești. Astfel:

- te vei simți flatat
- te vei simți bine
- îți vei recăpăta încrederea
- îți va reflecta personalitatea
- va reflecta codul social în ceea ce privește îmbrăcămintea
- îți va sublinia mesajul pe care vrei să-l transmiți.

Pentru a face o impresie bună trebuie să găsești un echilibru între ceea ce preferi și ce este necesar. O zi perfectă este atunci cînd preferința și necesitatea se îmbină perfect.

SITUAȚII

Întîlniri

Ce te face să arăți nervos:

- să-ți pui și să-ți scoți cerceii.
- să-ți învîrți lanțul în jurul gîtului sau degetul în jurul lanțului.
- să-ți răsucești verigheta sau inelul de logodnă.
- să-ți răsucești părul pe deget.
- să ţăcăni pixul.
- să zornăi mărunțul din portofel.

- să-ţi priveşti părul lung examinîndu-i vîrfurile despicate.
- să îndrepţi agrafele de birou.
- să-ţi împingi ochelarii pe nas.
- să-ţi freci burta.
- să-ţi umezeşti frecvent buzele.

Ticuri comportamentale

- Nu răsfoi lucrarea în timp ce vorbeşti. Vei părea dezorganizat şi vei da impresia că poţi fi oricînd întrerupt.
- A întrerupe pe cineva sau a face o sugestie, a avea un contact vizual direct cu vorbitorul sau cu cel care prezidează, a-ţi scoate ochelarii sau cerceii, a scutura mîna, creionul sau degetul, a trece neobservat.
- Să te înclini înainte, să pui mîinile pe masă, să domini teritoriul.

Interviuri

Îndrumări pentru a fi îmbrăcat corespunzător la un interviu

- Află ceea ce se aşteaptă de la tine şi poartă-te corespunzător. Dă o probă şi alege-ţi costumul.
- Replici simple – evită replicile „expirate" şi înzorzonate.
- Verifică-ţi poziţia gîtului şi a umerilor.
- Culorile neutre şi calde pentru îmbrăcămintea de bază. De exemplu: bleumarin, gri, negru, verde crud, violet, ruginiu, gri-maroniu, un taior în culori vii sau pastelate este ideal

pentru femei, dar nu se vor folosi fuste și pantofi colorați.
- Nu imita cînd îți alegi garderoba.
- Nimic fără mîneci.
- Adoptă stilul clasic – nimic ieșit din comun.
- Nu sînt recomandate botinele și sandalele. Acordă-ți îngrijirea corespunzătoare.
- Nu folosi parfum sau loțiune după ras.
- Femei – purtați lucruri bine ajustate pe corp, machiaj discret, evitați pantalonii și unghiile lungi și roșii.
- Bărbați – fiți proaspăt bărbieriți, purtați șosete destul de lungi pentru a acoperi piciorul cînd stați jos, cravata ar trebui să fie interesantă, nu amuzantă, nu purtați cămașă cu mînecă scurtă cu cravată sau un costum de afaceri, nu vă puneți pulover pe sub jachetă.
- Imaginea ta trebuie să comporte o *singură* trăsătură excentrică; de exemplu, păr foarte lung sau foarte scurt, ochelari eleganți, pantofi de firmă.
- Prezintă-te ca fiind în cea mai bună formă din punct de vedere profesional, astfel încît, chiar dacă nu este așa, vei lăsa celui care îți ia interviul o impresie plăcută.

Prezentări

Potrivește-ți cuvintele cu gesturile. Ai în vedere ce fel de prezentare va avea loc și cum vor arăta atmosfera și publicul. Dacă ești bun în „a citi" situația, vei putea folosi ambele stiluri de comunicare dacă este necesar, în funcție de răspunsul primit de la public și conținutul mesajului.

Stilul neoficial	Stilul oficial
Caracterizat prin:	**Caracterizat prin:**
stai pe marginea mesei.	trebuie să stai drept.
poţi să te mişti de la masă sau de la birou.	trebuie să rămîi la birou.
	trebuie să stai liniştit.
poţi să te plimbi.	trebuie să stai depărtat de birou.
poţi să te rezemi de birou.	mîinile se ţin pe birou, la vedere.
poţi să ţii mîinile în buzunar şi să faci o mulţime de gesturi.	faci foarte puţine gesturi.
poţi să-ţi scoţi haina şi să-ţi lărgeşti cravata.	ţii haina închisă pînă la gît.
Recomandabil:	**Recomandabil:**
pentru seminarii de lucru.	cînd o persoană tînără se adresează uneia mai în vîrstă.
pentru a uşura dialogul, nu a face morală.	pentru a degaja autoritate.
cînd cineva în vîrstă se adresează unei persoane mai tinere.	pentru a degaja putere.
	în situaţii serioase.
pentru a stabili o atmosferă prietenească.	în faţa unui public ostil.
pentru a părea relaxat.	

O nouă slujbă

1. Uită-te într-un ghid practic pentru a afla cum trebuie să te îmbraci.
2. Află care îţi va fi şeful.
3. Înainte de prima zi de lucru, vizitează locul şi observă-i pe ceilalţi, în mod special pe cei de vîrsta ta şi cu acelaşi statut social.

4. Dacă eşti în cumpănă, alege varianta sigură şi optează pentru o imagine conservatoare – te poţi manifesta mai tîrziu aşa cum eşti de fapt.
5. Nu-ţi lua sandvişuri într-o cutie din prima zi – vei părea un idiot.
6. Dacă ai de gînd să porţi costumul de absolvire sau pe cel pentru interviuri, verifică dacă încă ţi se mai potriveşte.

BCU IAŞI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

5

CUM VORBEŞTI ŞI CE SPUNE VOCEA ŞI MESAJUL

Cum vorbeşti

Nu este important ce spui, ci felul în care o faci. Tonul vocii sau felul în care îţi modelezi vocea transmite 38% din mesaj. Transmitem emoţii active, cum ar fi bucuria sau mînia vorbind mai tare, mai repede şi cu o intensitate mai mare. Dimpotrivă, emoţiile pasive ca plictiseala, tristeţea sau supărarea se transmit folosind un ton mai moale şi mai lent, o intensitate mai joasă şi o intonaţie nu foarte accentuată. Avem o mulţime de tonuri vocale la dispoziţie pentru a face o impresie bună. Există multe elemente care contribuie la unicizarea stilului nostru de comunicare, cum ar fi:

- Felul în care rosteşti cuvintele
- Intensitatea vocii
- Ritmul
- Pauza
- Claritatea
- Accentul
- Volumul
- Fluenţa
- Respiraţia

Cînd te pregăteşti să faci o impresie bună, ai în vedere felul în care îţi modelezi vocea şi, de asemenea, elementele care o compun.

• **Rostirea cuvintelor**: un aspect al autocunoaşterii, care este foarte folositor de ştiut, este felul în care rosteşti cuvintele, ca şi ceea ce spui. Cunoaşterea propriului stil de comunicare va influenţa rezultatele tuturor tipurilor de situaţii, nu doar cînd este vorba de pregătire, ci şi atunci cînd aducem o contribuţie la o întîlnire sau la o şedinţă, promovînd idei creative. Ai un singur fel de expunere a ideilor sau te poţi adapta în funcţie de circumstanţe? Unde se poate încadra stilul tău de a rosti cuvintele?

Liniştit,	ca o erupţie
plin de judecată	vulcanică

• **Intensitatea vocii:** Află care sînt variaţiile vocii tale. Va trebui să te asculţi la un casetofon. Desigur, nu va suna la fel ca vocea pe care o ai întipărită în memorie, dar vor exista destule informaţii pentru a-ţi da seama care este intensitatea vocii tale în comparaţie cu a unei persoane care-ţi vorbeşte sau pe care o auzi la televizor.

Intensitate joasă	intensitate înaltă

Afirmativă	Eşti nervos
Controlezi situaţia	Îţi este teamă
Ai credibilitate	Ai pierdut controlul
Îţi impui autoritatea	Eşti foarte emoţionat

În general tindem să asociem tonalităţile înalte cu tensiunea: o intensitate ridicată riscăm să ne pierdem credibilitatea, o voce prea ascuţită – vom crede că am pierdut controlul asupra a situaţiei. Niciodată nu am văzut o personalitate publică să fie criticată pentru că a vorbit cu voce joasă.

• **Ritmul**. Media de cuvinte pe minut este de circa 100-120. Un ritm rapid este văzut deseori ca un indiciu al unei minţi rapide, iar un ritm lent, fără pauze, poate părea monoton şi plicticos chiar dacă ideile sînt bune. Unii oameni vorbesc repede dacă sînt nervoşi şi astfel se descarcă. Vor părea că nu pot contribui cu nimic la discuţie.

Încercă acest exerciţiu. Scrie 300-400 de cuvinte şi cronometrează cît îţi ia să le citeşti sau să le spui în mod natural. Dacă poţi număra mai mult de 120 de cuvinte pe minut, verifică dacă nu cumva vorbeşti prea repede, nu te opreşti să faci pauze sau nu pronunţi cuvintele clar. Chiar şi aşa, vei lăsa impresia că eşti inteligent, dar ce mai contează dacă nimeni nu poate ţine pasul cu şirul tău de idei.

• **Pauza**. Pauzele făcute la momentul potrivit oferă dinamism cuvîntului vorbit. Ele pot semnifica dinamism, ironii sau accentuează o idee. Unii oameni se tem să facă pauze pentru a nu fi întrerupţi sau pentru a nu-ţi pierde şirul ideilor, prin urmare, folosi o mulţime de „îîî-uri" şi „ăăă-uri" sau „dacă înţelegi ce vreau să spun..." Folosirea repetată a sunetului „i" este un mod arogant de a ţine publicul în suspans în timp de tu îţi aduni gîndurile. Folosirea frecventă a „i-urilor" şi a „ă-urilor" este iritantă

pentru auditoriu şi dă impresia că probabil nu ştii despre ce vorbeşti sau că nu ţi-ai pregătit dinainte ceea ce vrei să spui. Pauza urmată de tăcere este o dovadă puternică de încredere.

• **Claritatea**. O dată cineva a spus: „Dacă ai grijă de consoane, vocalele vor veni de la sine." Nu contează cît de nemaipomenite sînt gîndurile tale dacă nu poţi să le reproduci cu claritate fără a te bîlbîi. Dacă te bîlbîi, se va produce o barieră între tine şi cel care te ascultă; nu lăsa să se întîmple aşa ceva. Dacă discursul tău este leneş şi neclar, el va transmite aroganţă, lipsă de responsabilitate şi de energie.

• **Accentul**. Accentul nu este, fără îndoială, o barieră în a face o impresie bună. Ceea ce contează este claritatea – claritatea dicţiei, a pronunţiei şi a sensului. În Marea Britanie, cea mai acceptată pronunţie din punct de vedere social, dacă ai o audienţă naţională, este cea a englezei britanice sau, cum se mai spune, engleza standard. Cercetările arată că accentele regionale, puternice, în special cele din Birmingham, Belfast, Glasgow, Liverpool, sau London Cockney nu sînt populare în afara zonelor în care se întîlnesc. Ar trebui să te îndepărtezi de accentul cu care ai fost obişnuit?

Nu există nici un motiv pentru a face asta, în afară de dorinţa de a mări impactul pe care îl lasă mesajul tău şi de a fi înţeles cu claritate de un auditoriu cît mai mare posibil.

• **Volumul**. Aminteşte-ţi să controlezi volumul. Măreşte-l sau micşorează-l dacă este nevoie. Dacă vocea ta sună prea puternic, vei părea fie agresiv, mult prea încrezător în tine fie nervos, fără experienţă, incapabil să-ţi contro-

lezi imaginea. Dacă este prea delicată, o voce sună, de asemenea, a nervozitate, dar poate scoate la iveală slăbiciunea, poate sugera că nu te simţi foarte bine sau că eşti fără experienţă şi nu eşti capabil să-ţi controlezi vocea. În sens pozitiv, o voce delicată poate fi interpretată în sensul că vorbitorul este o persoană blîndă şi neagresivă.

• **Fluenţa**. Ezitarea într-un discurs poate da impresia că nu cunoşti prea bine subiectul sau că refuzi să vorbeşti. Frazele duse pînă la capăt, mai degrabă decît cele neterminate lăsate la jumătate, dau impresia unei gîndiri rafinate.

• **Verifică-ţi vocea.** Respiră pe nas şi inspiră aer cald. Bea lichide, dar nu consuma lapte simplu sau combinat cu ceai sau cafea, deoarece îţi va îngroşa saliva şi vocea ta va suna spart. Şi alte produse lactate, cum ar fi brînza, frişca sau îngheţata au acelaşi efect.

• **Ceea ce spui.** Dacă eşti capabil să vorbeşti bine în public, aceasta înseamnă că eşti înzestrat cu darul de a comunica în societate sau în afaceri.

Nu este obligatoriu să fii un vorbitor strălucit, care entuziasmează auditoriul la o conferinţă, sau unul care ne amuză după ce am luat masa, pentru a-ţi forma reputaţia de bun vorbitor la birou sau la şedinţe. Replicile cu care începi şi închei o discuţie sînt cele asupra cărora trebuie să te concentrezi, în cazul în care nu ai mult timp la dispoziţie.

Introducerile

1. **Spune o povestioară hazlie sau o glumă.**
   Spune o glumă doar dacă ştii să o faci elegant şi dacă nu am auzit-o cu toţii cu o seară înainte la T.V.
2. **Spune o poveste „tare"**
   Făceam o prezentare numită **Factorul Imagine** în ziua în care presa a scris despre o turistă americancă care nu fusese primită la Harrods, deoarece nu era îmbrăcată corespunzător – o adevărată bijuterie pentru o introducere.
3. **Citate relevante**
   Shakespeare şi Biblia sînt surse interminabile de introduceri reuşite.
4. **Complimentează-ţi publicul**
   Laudă publicul printr-un compliment original pentru succesul, creativitatea şi ospitalitatea de care au dat dovadă.
5. **Pune întrebări prin care să-i provoci la discuţi**
   La o şedinţă despre comunicare l-am auzit pe manager captînd atenţia celor prezenţi întrebînd: „Cîţi dintre dumneavoastră cred că alocarea unui nou buget pentru comunicarea internă este o pierdere de timp?"
6. **Statistici surprinzătoare**
   „Unul din cinci absolvenţi de universitate nu au aptitudinile de bază în comunicare de care au nevoie angajaţii." Un mod de a capta atenţia începînd o discuţie cu studenţii despre oportunitatea unui serviciu.

7. Introduceri surpriză
Pune melodia Gloriei Gaynos „Voi supraviețui" unui grup de oameni care se gîndesc că renunțe la meseriile lor pentru a deveni întreprinzători particulari.

Încheierile

1. Încheierile surpriză
Uneori faptul că vei fi ținut minte este un rezultat mai important decît mesajul pe care l-ai transmis. Mi-am încheiat discursul cu un dans ritmat, un început de strip-tease sau cu un cîntec (nu toate în aceeași prezentare), pentru ca publicul să-și amintească atît de mine, cît și de mesaj.

2. Un final sigur.
Rezumă clar punctele cheie.

3. Citatele.
O tehnică elegantă de încheiere este să îmbini citatele introductive cu cele finale.

4. O glumă sau o povestire nostimă.
Acesta este un final bun dacă nu poți să o scoți la capăt și situația nu este una oficială.

5. Termină-ți discursul într-un mod surprinzător.
Un mesaj care entuziasmează și generează idei este necesar în unele ocazii.

6. Îndeamnă-i la acțiuni pozitive.
„Cînd părăsiți sala, aș dori să-i rog pe aceia dintre dumneavoastră care nu au încă un exemplar, să cumpere ultima mea carte."

7. **Pune întrebări directe.**
„Dacă nu intervenim acum, ce speranţă ne mai rămîne pentru viitor în relaţiile cu consiliul?"
8. **Laudă publicul.**
„A fost o ocazie nemaipomenită şi abia aştept o nouă întîlnire!"
9. **Acordă-le, sub formă de întrebare, două posibilităţi pentru o acţiune.**
„Să ne dăm bătuţi sau să anunţăm că avem de gînd să luptăm? Alegerea e a dumneavoastră."

Ce trebuie să eviţi?

- Să aduci ofense: fii neutru şi evită remarcile rasiste.
- Fără glume „colorate": dacă vrei să spui o poveste bună, spune-o, dar lasă glumele deocheate pentru întîlnirile cu persoane de acelaşi sex.
- Dacă te referi la doamne, fete sau puicuţe: „femei" – se potriveşte cel mai bine.
- Jargonul: foloseşte-l numai dacă eşti sigur 100% că publicul îţi împărtăşeşte vocabularul.
- Eufemismele: spune exact ce ai intenţia să spui.
- Jurămintele: niciodată la o prezentare publică.
- Completările: un mod de a distruge un mesaj eficient este să-l încadrezi între fraze şi expresii care au rolul de a „îndulci" mesajul:
„... Din cîte ştiu."
„... Este doar părerea mea, dar..."
„Timpul va dovedi probabil că mă înşel, dar..."

„... Cum se spune..."
„... Ca şi cînd ar fi..."
„Mă pot înşela, dar..."

Încearcă să adaugi un cuvînt mai puţin dur la afirmaţia: „Fotbalul nu este numai o întrecere pe viaţă şi pe moarte – este ceva mult mai mult". Ar putea să iasă astfel: „ Este doar părerea mea, dar cred că fotbalul nu este numai o întrecere viaţă şi moarte – este, ca să spun aşa, mult mai mult".

Adaugă ceva la oricare dintre declaraţiile memorabile ale secolului: „Visez..." al lui Martin Luther King sau „Damele nu se schimbă" afirmaţia lui Margaret Thatcher... şi vezi rezultatul.

Cum să faci o impresie bună la telefon

Cînd vorbim la telefon o facem lipsindu-ne de avantajele pe care le oferă o întîlnire faţă în faţă. Să facem o impresie bună la telefon înseamnă atît să ascultăm, cît şi să vorbim. Dacă zîmbeşti în timp ce vorbeşti, vei face ca tonul vocii să sune mai plăcut, dacă doreşti să convingi sau cînd vrei să pari hotărît şi ai nevoie de curaj – ridică-te în picioare!

Aminteşte-ţi bunele maniere cînd vorbeşti la telefon

- Fă-ţi o regulă din a înapoia apelul telefonic în douăzeci şi patru de ore tuturor celor care au sunat şi nu te-au găsit.

- Încearcă să răspunzi după ce telefonul a sunat de două sau de trei ori – dacă răspunzi imediat riști să nu-i acorzi celui care te sună destul timp pentru a se pregăti.
- Evită să răspunzi la telefon cînd ești într-o discuție cu cineva.
- Întotdeauna sună dacă ai un motiv întemeiat, nu doar pentru a pălăvrăgi.
- Întocmește o listă cu punctele de vedere pe care vrei să le aduci în discuție. Să ai la îndemînă un dosar deschis în computer sau o notiță.

SITUAȚII

Interviurile

- Folosește vocabularul de la orice test psihometric pe care este posibil să îl fi făcut, de exemplu, descrie tipul de conducere sau profilul membrilor din echipa ta.
- Fii pregătit să folosești glume și să dovedești prin ilustrate, dovezi și exemple, ceea ce poți să faci și cum poți să obții rezultate.
- Să ai dovezi pregătite pentru a aborda ceea ce este necunoscut.
- Demonstrează cum poți interveni într-o discuție în curs de desfășurare.
- Manifestă un interes real pentru organizație, pentru viitorul ei în domeniul afacerilor.
- Verifică-ți „credo-ul". Verifică-ți punctele de vedere. Care sînt devizele tale?
- Repetă o declarație elegantă și credibilă care să te facă să fii remarcat în 30 de secunde

(spune ceea ce te face să fii alegerea potrivită pentru slujba respectivă şi care este motivul pentru care ar trebui s-o obţii).

Şedinţele

Vorbirea care are un impact puternic

- Nu te miorlăi.
- Nu bate cîmpii.
- Nu începe prin a te scuza.
- Prezintă-te într-un mod potrivit.

Dacă ai fost invitat să iei parte la o şedinţă pentru prima oară, nu rata şansa de a face o impresie bună. Fii pregătit să te prezinţi într-un mod profesional, astfel încît limbajul trupului şi discursul să dea aceeaşi impresie de control. Nu da ocazie celor prezenţi să creadă că eşti insignifiant, neexperimentat sau incompetent, printr-un comportament agitat sau tulburat şi lăsînd o introducere ca aceasta: „O, ă... eu sînt Tim, nu mă aşteptam să fiu nevoit să fac asta. Cu toate astea... eu sînt Tim, cum am mai spus, lucrez la serviciul de administraţie... şi ştiu să fac puţin din toate". O introducere mai bună, mai profesionistă, ar fi: „Numele meu este Tim, Tim Andrews. Specializarea mea este organizarea de expoziţii şi mă ocup de suportul administrativ pentru trainingurile companiei care se desfăşoară în alte părţi. Îmi pare bine că mă aflu astăzi aici". Încercînd să obţii votul de simpatie, nu vei reuşi mereu. Tu spui: „Sper că nu va fi plictisitor", iar ceilalţi înţeleg: „Va fi foarte plictisitor, foarte plictisitor".

6

ASPECTUL SOCIAL

Nu există nici o îndoială că aptitudinile tale sociale şi calitatea relaţiilor interpersonale vor conta la fel de mult precum competenţa ta din punct de vedere tehnic şi profesional dacă vrei să faci o impresie bună. O carieră care promite poate fi distrusă dacă nu ştii cum să te porţi în situaţii sociale. Nu ai fost ales pentru aptitudinile tale sociale, nu-i aşa? Poate că nu, dar nu poţi trece cu vederea faptul că dacă vrei să fii promovat, vei avea nevoie de cîteva dovezi de amabilitate.

Ai observat că unii oameni, oriunde ar merge, pot lăsa în urmă o impresie bună despre propria persoană, ei fiind oaspeţi. Nu oricine este născut pentru a fi comunicativ, nu tuturor le place să întîlnească alţi oameni; sînt anumite persoane care datorită personalităţii lor, a educaţiei sau al mediului în care au trăit, întotdeauna par să ştie lucrul cel mai potrivit pe care să-l spună sau să-l facă.

Dacă nu eşti sigur cum să avansezi pe scara socială încearcă să răspunzi la aceste întrebări:

1. Şeful tău dă buzna în biroul tău unde ai întîlnire cu un client şi cu cîţiva colegi din alte departamente. Cum trebuiesc făcute prezentările?
2. Dacă ai invitat pe cineva să te însoţească la restaurant pentru masa de prînz, cînd trebuie să ajungi la întîlnire?
   a. Cu o jumătate de oră înainte de ora stabilită?
   b. Cu zece minute înainte de ora stabilită?
   c. Exact la ora stabilită?
   d. Puţin mai tîrziu, cu cîteva minute după clientul tău?
3. Ce faci dacă te-ai făcut de rîs cu o seară înainte şi ţi-ai insultat gazdele?
4. Compania la care tocmai te-ai angajat este cunoscută pentru faptul că angajaţii ies în grup după orele de programe. Fiind o persoană timidă nu ştii dacă:
   a. Să pari mai sociabil decît eşti de obicei.
   b. Să nu te duci.
   c. Să faci tot ce-ţi stă în putinţă de dragul aparenţelor.
   d. Să-ţi cauţi altă slujbă.

(Răspunsurile le găseşti la sfîrşitul capitolului.)

Conştiinţa de sine

Pe cîte dintre situaţiile care urmează le-ai experimentat? Care ţi s-au părut dificile? Pe care le ocoleşti?

- Petrecerea de Crăciun.
- O conferinţă.

- Să ieşi la un pahar după muncă.
- Petrecerile unde se bea.
- Să ţii un discurs.
- Un dineu formal.
- Să iei cina la un restaurant.
- O întîlnire palpitantă cu un necunoscut.
- Să-ţi vizitezi rudele care te plictisesc.
- Să vizitezi familia partenerului tău.
- Să primeşti vizitatori din exterior la firma ta.

Din ce cauză ai fost stînjenit? Este cumva din cauză că tu eşti genul de persoană care se simte bine în prezenţa unei singure persoane şi căreia nu-i place să se afle cu un grup sau în centrul atenţiei? Poate că-l simpatizezi pe Victor Kiam (cel căruia i-au plăcut atît de mult clienţii bărbierului Remington încît a cumpărat compania) care a spus: „Nu merg pe la prea multe petreceri. Nu-mi place să discut cu oameni pe care nu o să-i mai văd niciodată despre lucruri care nu mă interesează." Iată cîteva motive frecvente, pentru care oamenii urăsc aceste situaţii. Bifează ceea ce ţi se potriveşte:

- Nu voi cunoaşte pe nimeni.
- Nu voi şti ce să spun.
- Nu ştiu cu ce să mă îmbrac.
- Va trebui să joc un rol.
- Ceilalţi sînt stupizi, agresivi, mai înstăriţi, sînt plictisitori, au un singur subiect de discutat.
- Va trebui să fiu drăguţ cu oameni pe care nu-i plac.
- Va trebui să mă port frumos.

• Nu-mi place să prezint oameni.
• Nu-mi place să ies în evidenţă.

O dată ce ai identificat situaţiile care nu-ţi fac plăcere şi ai încercat să-ţi dai seama de motivele pentru care acestea nu-ţi plac, această informaţie îţi îngăduie să-ţi alegi propria „Strategie pentru Situaţii Sociale" sau S.S.S.-ul.

Egocentrismul

Există o singură explicaţie obişnuită pentru care oamenii nu fac o impresie bună în situaţii sociale – *sinele*. Acelaşi factor fundamental poate să reiasă din comportamente diferite.

Timid
Introvertire
↑↓
Sinele
↑↓
Extrovertire
Descurcăreţ

Punctul comun al celor două tipuri de personalitate este că oamenii se supun propriilor instincte şi preferinţe şi nu iau în considerare nevoile celorlalţi sau cerinţele care se ivesc.

Dacă vrei cu adevărat să faci o impresie bună, ambele feluri de comportament pot crea probleme.

Ştii pe cineva care să fie aşa?

Dislexicul social.

Adesea cei care sînt foarte buni la analize tehnice nu au nici o şansă în ce priveşte relaţiile cu oamenii.

În societate ei pot fi dificili şi pot să nu cunoască lucrurile pe care trebuie să le facă sau să le spună; de asemenea, mai important este că ei nu au simţit niciodată că e nevoie de aşa ceva. Oamenii care sînt aşa, probabil că:

- Or să procedeze greşit.
- Or să rîdă într-un moment nepotrivit.
- Vor considera că o mică pălăvrăgeală este o nenorocire.
- Or să facă remarci care nu-şi au locul şi care nu vor pica bine, dar ei nu vor observa.
- Vor întrerupe o conversaţie cînd nu trebuie.
- Vor spune o povestire care nu are relevanţă pentru conversaţia respectivă.
- Vor purta haine caraghioase.

Pentru că nu stăpînesc abilitatea de a-şi da seama de comportamentul celorlalţi oameni, ei nu pot interpreta expresia feţei, limbajul corpului sau tonul vocii. Ei nu pot pricepe nici ideea principală, aşa că nici vorbă să mai perceapă şi vreo nuanţă non-verbală.

Te recunoşti?

Strategia pentru Situaţii Sociale (S.S.S.-ul) pentru o persoană care suferă de dislexie socială.

Dacă nu ai acea intuiţie care îţi permite să descifrezi mesaje non-verbale, învaţă să priveşti şi să asculţi foarte atent replicile sociale obişnuite care te vor conduce la răspunsul

corect. De exemplu: „Ce mai faci? Am auzit că nu ţi-a fost prea bine în ultimul timp." Doar dacă întrebarea nu vine din partea mamei tale, răspunsul este: „Da, dar acum sînt bine, mulţumesc. Tu ce mai faci?" Nu este considerat acceptabil să vorbeşti în detaliu despre constipaţia sau despre expectoraţiile tale.

Partea bună este că atunci cînd stai cu astfel de persoane, odată ce aceştia încep să capete încredere în tine şi să le fii simpatic, ei pot deveni prieteni de încredere, iar la serviciu muncesc din greu şi te poţi baza pe ei.

Copilul într-un magazin de dulciuri

Tipul omului vesel, al persoanei optimiste cu un nivel ridicat de energie. Adoră provocarea, schimbarea şi noutatea.

Ei pot da impresia de zăpăciţi, oameni care fac pe grozavii, fără personalitate şi insensibili la nevoile altora. Oameni de acest gen probabil că:

- Pot fi uşor distraşi.
- Au probleme de concentrare.
- Trăiesc clipa.
- Tînjesc după senzaţii.
- Lasă în urmă proiecte neterminate.
- Sînt hiperactivi.

Te recunoşti?

Strategia pentru Situaţii Sociale în cazul unui copil într-un magazin de dulciuri

Recunoaşte că stresezi oamenii care nu au aceeaşi vigoare ca şi ti[illegible]e. De exemplu, ia-o mai uşor din cînd în cînd, [illegible]ază ritmul situaţiei, nu te mai strădui şi dă-i drumul.

Nu te lăsa pradă oricărui capriciu, gîndeşte-te dacă toată lumea este de acord cu tine.

Întreabă și alți oameni ce și-ar dori să facă cîteodată.

Partea bună a lucrurilor atunci cînd ești cu astfel de persoane este că ei sînt o companie plăcută, cu multe idei despre ceea ce să facă și unde să meargă și-și vor da toată silința pentru a face ca lucrurile să fie distractive pentru toată lumea.

Ce poți face dacă...

1. Ești timid, îți plac întîlnirile cu o singură persoană, detești situațiile sociale importante, dar nu trebuie să lipsești sau, pe de altă parte...
2. Adori situațiile sociale, mai ales petrecerile, dar știi că o vei lua razna, te vei îmbăta foarte rău sau te vei purta în așa fel încît se va vorbi despre tine?

Întocmește-ți propria ta listă de anchetare înainte de a pleca de acasă. Este mult mai important să pătrunzi în situații sociale cu o atitudine mentală potrivită, să ai o strategie proprie pregătită și să fi gata să faci o impresie bună.

Mai mult despre S.S.S. (Strategia pentru Situația Socială)

✔ Mă voi prezenta unei persoane sau două dacă sînt de unul singur.

✔ Voi pregăti unul sau două subiecte de discuție din știrile acestei săptămîni sau dintr-un show TV despre care să pot discuta sau despre care să întreb alți oameni, apoi îi pot asculta pe ei.

✔ Dacă nu mă simt bine sau nu mă simt în siguranţă, nu mă voi retrage în carapacea mea, ci voi fixa o oră la care să plec.

✔ Dacă se pare că mă dau în spectacol, îmi voi impune să mă calmez, să mă aşez şi să mă obişnuiesc să ascult şi nu să vorbesc.

✔ Voi purta ceva ce-mi place, în care mă simt confortabil, dar voi ruga un prieten să-mi spună dacă nu cumva hainele sînt ciudate.

✔ Voi şti sigur ce impresie vreau să fac şi ori mă voi potrivi de minune, ori deloc şi voi fi mulţumit de asta.

✔ Dacă vreau să fumez, voi încălca regulile de îndată ce voi ajunge.

✔ Voi chibzui din vreme şi voi decide dacă este O.K. să mă îmbăt.

Răspunsuri:

1. Un lucru important la prezentări este că persoana care este gazdă sau persoana care a aranjat întîlnirea face prezentările.
2. (b) 10 minute îţi permit să verifici aranjamentele, plus că ai timp să te decizi cum vei achita nota de plată, asta înainte ca oaspetele să sosească.
3. Nu dramatiza. O simplă scuză spusă personal cît mai curînd posibil este lucrul cel mai potrivit, sau un bilet scurt cu scuzele de rigoare pe care să scrie „Confidenţial". Dacă ai distrus taiorul cuiva, trimite-i flori.
4. (c) îţi va fi de folos
(d) poate fi o soluţie înţeleaptă pe termen lung dacă nu mai poţi să suporţi.

Dacă aţi cumpărat ***30 de minute pentru a învăţa... cum să faci cea mai bună impresie,*** probabil că sînteţi interesat şi de celelalte titluri ale seriei:

Young Trevor
30 de minute pentru a învăţa...
cum să elaborezi un proiect

Puteţi elabora un proiect în treizeci de minute? Crearea unui proiect este un mijloc convenabil pentru a organiza viitorul apropiat, arătînd ce trebuie făcut, cine trebuie să facă munca, cînd şi unde trebuie făcută şi termenii limită care trebuie respectaţi.

Cu ce vă poate ajuta această carte?

Paşii descrişi aici se bazează pe experienţa practică. Intenţia autorului este să vă ofere un scurt ghid care să vă ajute să vă planuiţi în mod eficient următorul proiect şi să ajungeţi la un rezultat de succes. Procesul este relativ simplu, dar nu uşor, şi este nevoie de o motivaţie serioasă, de hotărîre şi de dorinţă de succes.

Valerie Sutherland, Cary Cooper
30 de minute pentru a învăţa...
cum să te porţi cu oamenii dificili

Cineva de la serviciu vă face viaţa amară? Micile „războaie personale" vă afectează calitatea activităţii profesionale? Locul de muncă e populat de o mare varietate de oameni şi uneori poate fi greu să te înţelegi bine cu ei şi să-ţi faci şi treaba. Acest ghid practic vă va arăta cum să deveniţi conştienţi de acţiunile persoanelor dificile din jur şi cum să minimalizaţi impactul negativ pe care îl au asupra eforturilor depuse de dumneavoastră la serviciu. Indiferent că individul respectiv vă e şef, coleg sau chiar patron, această carte

5481/99

mică, dar utilă, e înţesată de sfaturi oferite de experţi pentru a şti cum să faceţi faţă cu tact situaţiilor neplăcute. Aşa că data viitoare cînd aveţi de-a face cu un coleg dificil, făceţi-vă puţin timp pentru a urma planul simplu de măsuri prezentat aici.

Cary Cooper este cel mai mare expert britanic în administrarea stressului şi autorul a numeroase cărţi care tratează acest subiect. Invitat cu regularitate la emisiuni de radio şi TV, el e acum profesor de psihologie organizaţională la UMIST. Valerie Sutherland e psiholog organizaţional independent.

Brian Finch
30 de minute pentru a învăţa...
cum să ieşi învingător dintr-o negociere

30 de minute pentru a învăţa... cum să ieşi învingător dintr-o negociere se adresează tuturor celor care doresc să încheie o afacere de succes. Datorită sfaturilor practice pe care le oferă (cum să preluaţi controlul într-o întîlnire sau cum să negociaţi de pe o poziţie inferioară (cartea le este de mare ajutor atît începătorilor, cît şi negociatorilor cu experienţă. în 30 de minute, puteţi afla cum trebuie să vă pregătiţi pentru o întîlnire de afaceri, ce se întîmplă la masa de negocieri propriu-zisă, cum să vă comportaţi şi cum să comunicaţi cît mai eficient, ce strategii şi tehnici puteţi folosi pentru a ieşi învingător din orice afacere pe care vă propuneţi s-o cîştigaţi.

Comandînd cărţile prin poştă sau telefonic direct la sediul Editurii Image (str. Petru Poni nr. 14A, sector 1, Bucureşti, tel./ fax: 222.55.98) veţi beneficia de o reducere de 20% din preţul de vînzare.

20.000 lei

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Ce spun hainele despre tine? Se poate ca întreaga ta carieră să depindă de felul cum arăţi? Este crucial pentru cariera ta în afaceri să creezi o impresie favorabilă la locul de muncă, la un interviu pentru un loc de muncă sau la o întâlnire. Află cum să profiţi de şansele tale în numai o jumătate de oră.

ISBN 973-99130-6-7